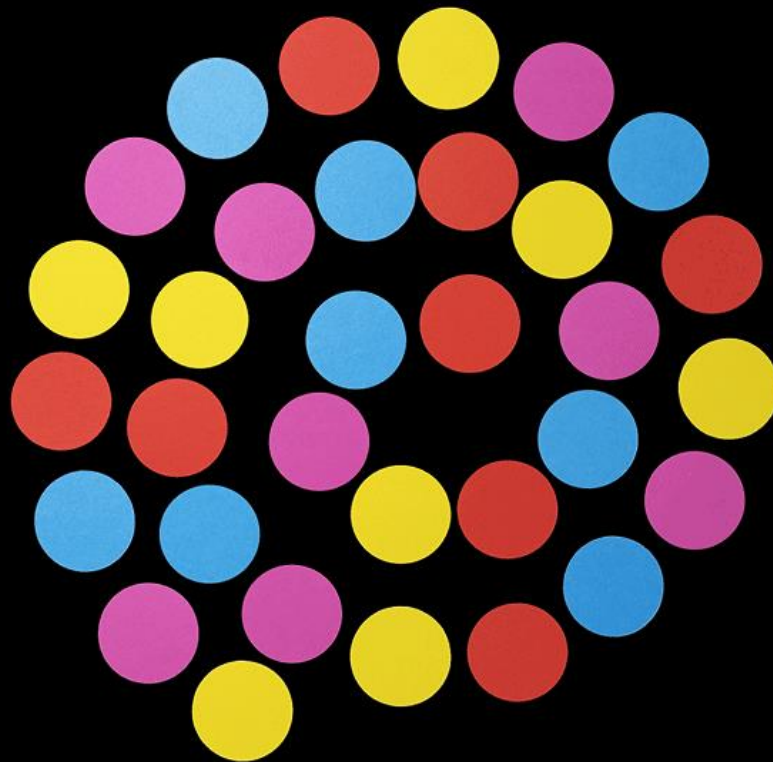


Deloitte.

デロイト トーマツ



世界モバイル利用動向調査 2018

デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社

Making another half century of *Impact*

デロイト トーマツ 50周年 次の50年へ

50th
Deloitte Tohmatsu

目次

はじめに	3
デバイス所有状況(デバイス、スマートデバイス所有)	6
キャリア／店舗(契約キャリア／回線・5G／携帯電話の入手)	10
携帯電話で何をするか(SNS／アプリ／ストリーミングの利用)	19
テクノロジー(バイオメトリクス／バーチャルアシスタント／AI)	25

はじめに

「世界モバイル利用動向調査2018」とは

■ 「世界モバイル利用動向調査2018」は、デロイトのテクノロジー・メディア・テレコムインダストリーによって実施されたグローバル調査である。

■ 調査概要

- 調査形式: オンラインアンケート(PC、スマートフォン等)
(デロイトが設計した調査項目をもとに外部調査会社にて実施)
- 対象国: 35ヶ国・地域
- 人数: 54,150人
- 年齢: 16歳以上
- 期間: 2018年7月から2018年8月

■ 本レポートで使用したデータにおける主要な留意点は以下の通り

- イギリス・中国・日本・オーストラリア・カナダについてはその国の年齢・性別・地域・社会経済状況を反映したデータとなっている
- サンプル数は、イギリス4,000、中国2,000、日本2,000、オーストラリア2,000、カナダ2,000である
- 対象サンプルの年齢は中国は18～50歳、イギリスは16～75歳、その他の国は18～75歳である
- 本調査はウェイトバック集計後の数値で表記している



サマリ

登場から10年が経ち、スマートフォンは誰もが持つデバイスとなった。デバイス機能やアプリの進化に伴い、従来キャリアが中心だったユーザーとの接点はスマートフォン向けのサービス提供企業へ移行している。一方で、ユーザーのコスト意識の高まりに鑑み、政府は2018年に通信料金値下げの要請を出した。キャリア各社はWebを活用したコスト構造の転換や、新たな収益源の確保が必至であり、5Gのサービス開始、AIの適用範囲の拡大が新たな可能性をもたらす今後、自社の強みを見極め、他社との差別化を意識することが求められる。

所有



- スマートフォン市場は各国で飽和が見られる。日本は他国に比べてスマートデバイスに対する感度が低い状況が続いている。スマートスピーカーは各国で昨年の2倍近く所有率が伸びているが、日本は3%程度の普及に留まる。日本はスマートテレビについても「つながる」ことを認識できていない人も多い。

キャリア



- キャリアのシェアは昨年から大きな変化はなく、MVNO事業者の成長も踊り場を迎えている。しかし、18-24歳の年代では3キャリア以外のユーザーがすでに28%を占めており、若年層での存在感を示している。
- 3キャリアユーザーと比較すると、その他のキャリアユーザーは価格に見合ったサービス、ネットワーク品質をより重視している。また、その他のキャリアユーザーの方が5Gへの感度が高い。今後の5Gのサービス提供は現時点では3キャリアに楽天を加えた4社のみが予定しているが、5Gの提供開始によりユーザーのキャリア選択傾向が変化することも推察できる。
- 3キャリアのユーザーには店舗でのサポートにニーズがある。一方で「契約／料金、請求書」に関する問い合わせはウェブ利用の方が多く、今後それ以外の用途でもウェブ利用が広がる可能性が考えられる。

利用



- 18-34歳ではSNSの利用が盛んで、中でも18-24歳では動画・音楽のストリーミングアプリの利用が日常的である。55歳以上では、天気やニュースの取得など、基本的な用途に利用が限定されている。
- いずれの年代においても、コミュニケーション手段は従来の通話、メールからインスタントメッセージアプリ、SNSに軸足が移りつつある。その結果、カメラの機能も年代によって使われ方が異なる。
- 他国では動画の見逃し視聴や定額制の動画、音楽配信サービスの利用が日本を大きく上回る。

技術

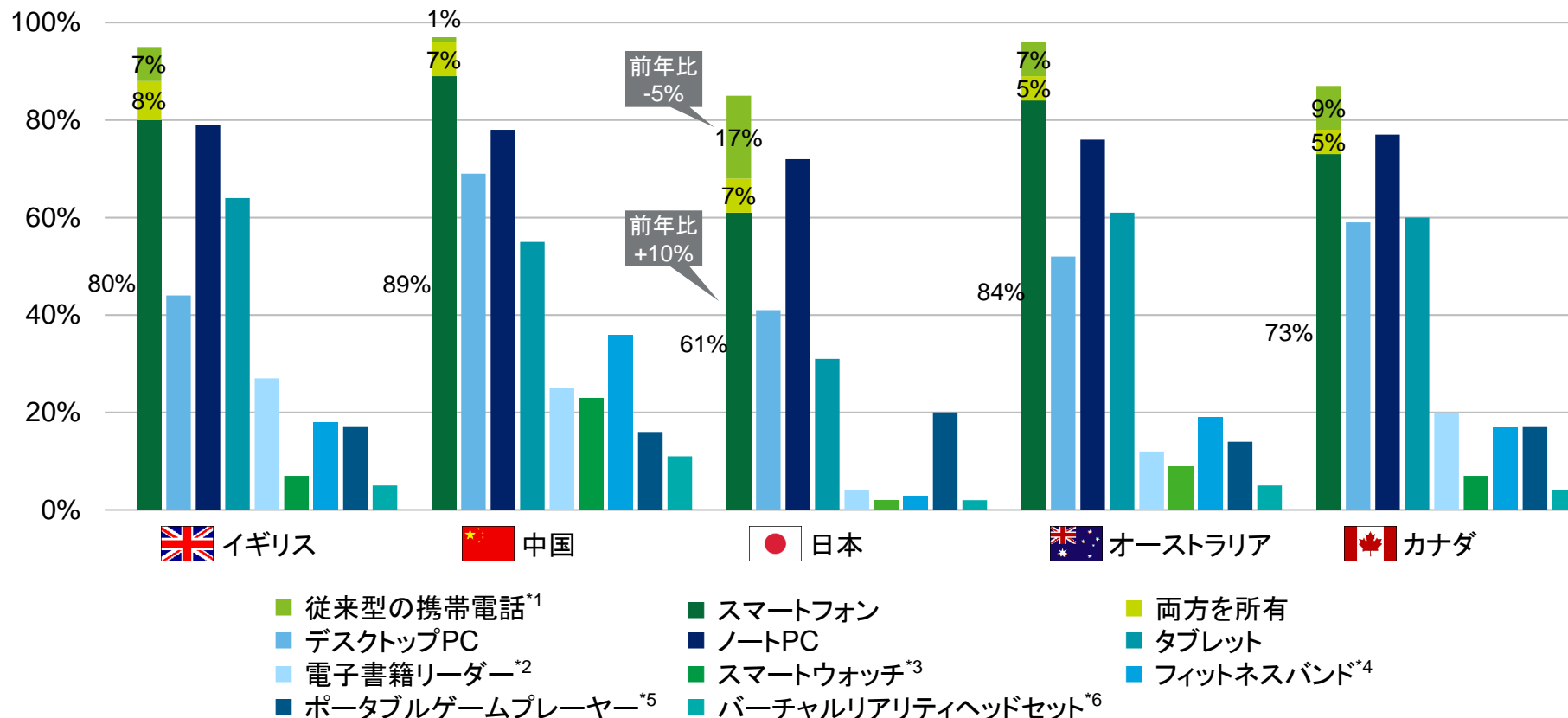


- 生体認証のスマートフォンへの搭載は指紋認識機能が最も多く、利用も多い。顔認証は中国では普及しているがそれ以外の国では5%程度の利用となっている。
- 日本での音声アシスタントはApple、Google、LINEが3強として並び利用され、スマートスピーカーを中心に展開中のLINE Clovaが健闘している。
- チャットボットは利用が徐々に始まっているものの、まだ利用率は低い。

デバイス所有状況

スマートフォンの所有は各国で8割程度と昨年から大きな変化がなく横ばい。 日本では従来型の携帯電話に置き換わる形で漸増した

Q1. 所有しているもしくは利用できるデバイスは？（各国） ※複数回答



N=イギリス:4,150(16歳以上)、中国:2,000、日本:2,000、オーストラリア:2,000、カナダ:2,000

*1: 例:ガラパゴス携帯、フィーチャーフォン、折りたたみ式携帯電話

*2: 例: Amazon Kindle、楽天Kobo

*3: 例: Apple Watch、Sony Smartwatch

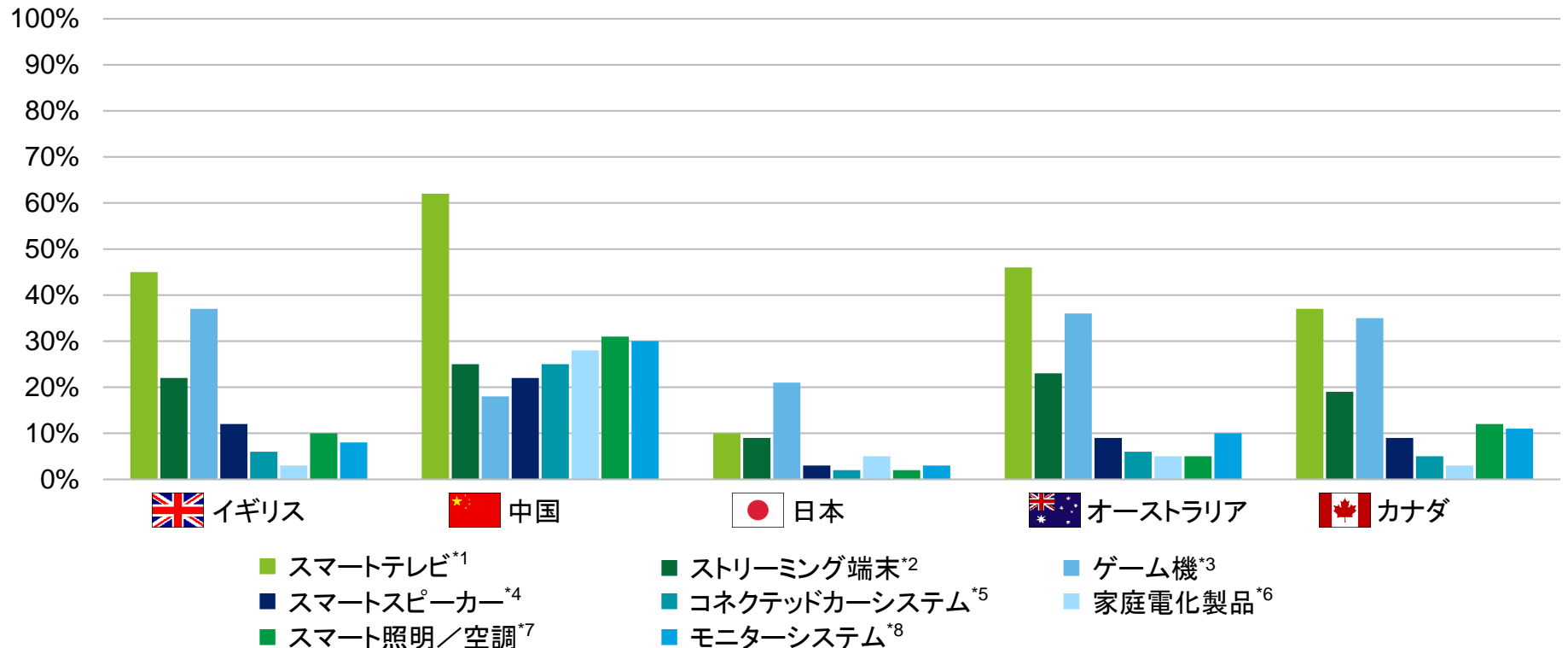
*4: フィットネス活動の測定に使用するリストバンド(例: Fitbit、Garmin等)

*5: 例: PlayStation Vita、Nintendo 3DS

*6: 例: Oculus Rift、Samsung Gear

スマートスピーカーの所有率は他国では1割程度で、中国では2割を超えている。 日本は発売開始が2017年であり、調査時点では3%に留まっている

Q2. 所有しているもしくは利用できるスマートデバイスは？(各国) ※複数回答



N=イギリス:4,000(18歳以上)、中国:2,000、日本:2,000、オーストラリア:2,000、カナダ:2,000

*1: インターネットに接続してYou Tubeなどのサービスにアクセスできるテレビ

*2: 例: Google Chromecast、Amazon Fire TV Stick、Apple TV

*3: ハイブリッドゲーム機を含む

*4: 音声アシスタントが搭載されたもの 例: Amazon Echo、Google Home

*5: 車が情報を送受信できるシステム

*6: インターネットに接続できる／アプリを使ってコントロールできる電化製品

*7: アプリでコントロールできるシステム 例: Philips Hue

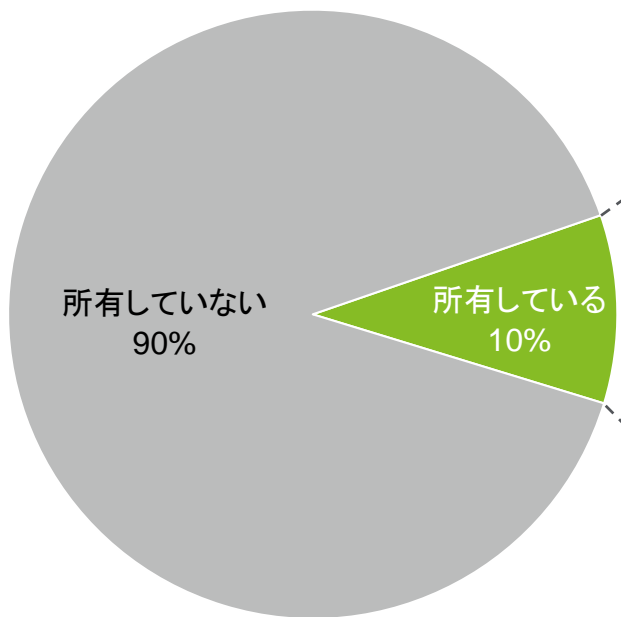
*8: 家庭用監視カメラ、ペットカメラ、アラーム含む

日本ではスマートテレビの所有は10%と回答が少なく、その8%はインターネットにも接続していない。スマートデバイスと認識していない所有者が多くいる可能性がある

Q3. スマートテレビを持っているか？（日本）

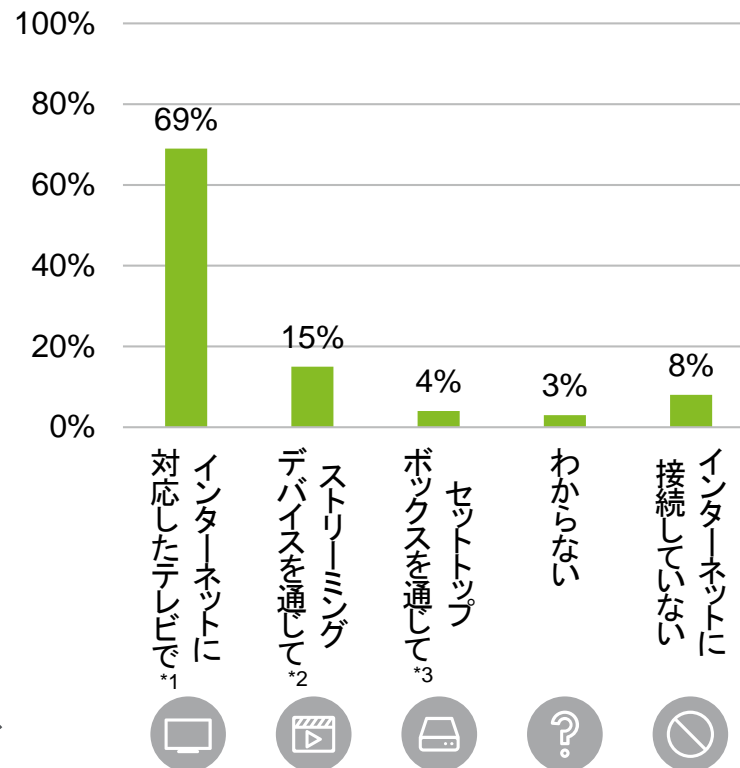
Q4. スマートテレビのインターネット接続方法は？（日本）

スマートテレビ所有者



N=2,000

スマートテレビの接続方法



N=199

注：スマートテレビ所有者

*1: Panasonic Viera、Sony Braviaなどに有線／無線LANでインターネットに接続

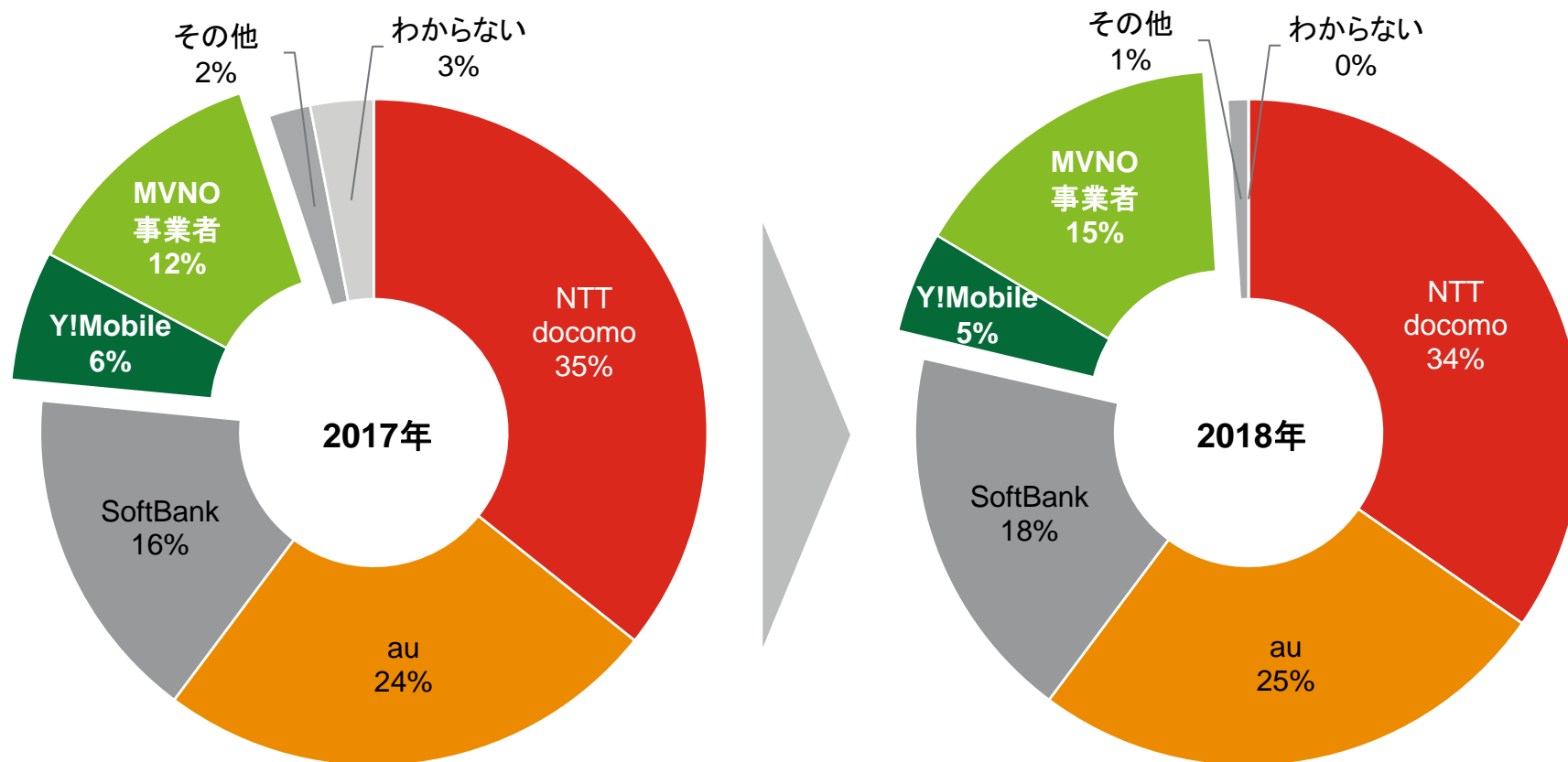
*2: 例: Google Chrome Cast、Amazon Fire Stick TV、Apple TV

*3: 例: J:COM TVセットトップボックス

キャリア／店舗

3キャリア*1の契約者はほぼ横ばいで、MVNO事業者も昨年と比べて3%の増加。 MVNO事業者の成長も頭打ちになっていることが窺える

Q5. 主に使用している携帯電話会社は？(日本／経年)



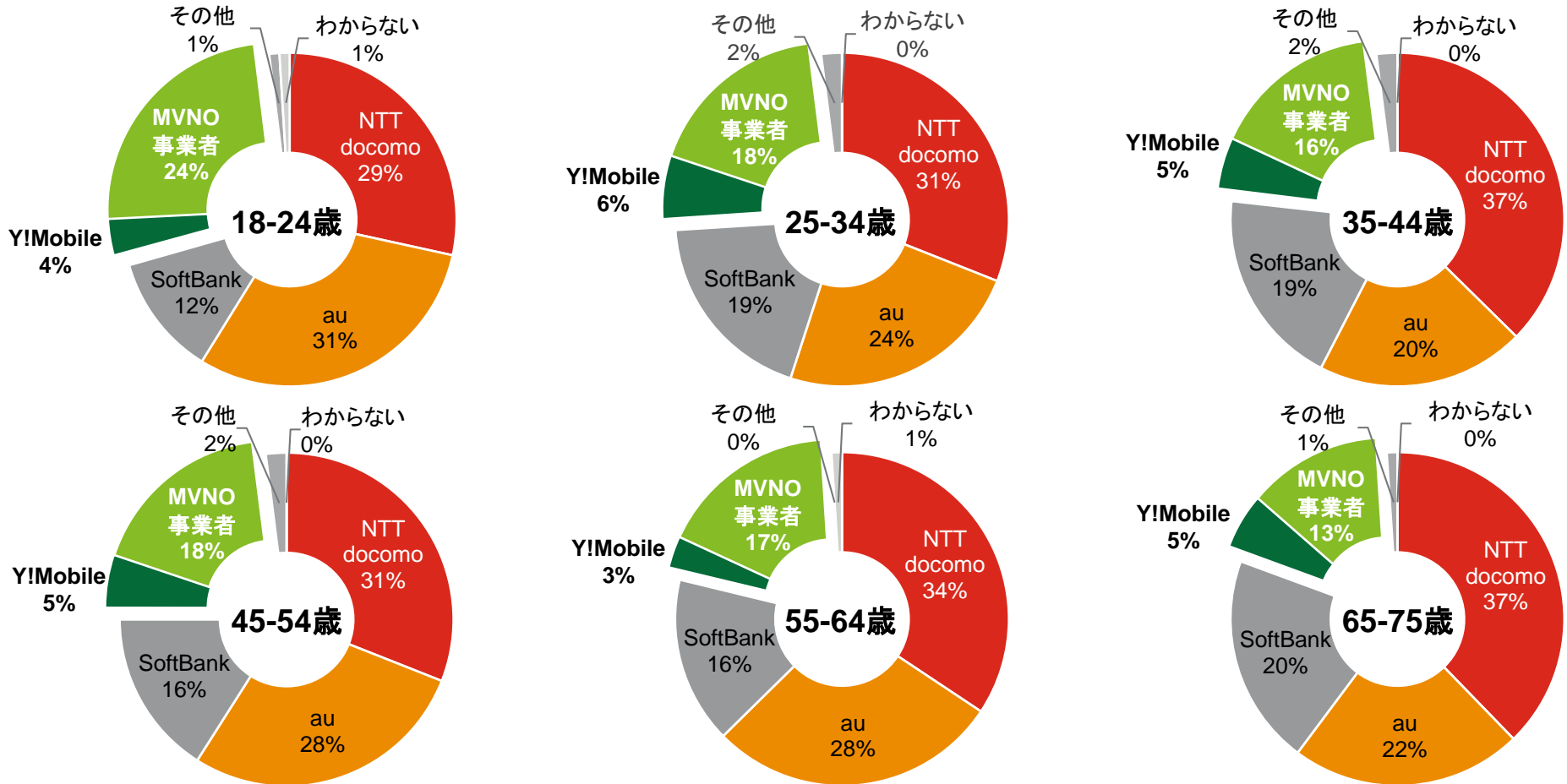
N=2017年:1,642、2018年:1,700

注:従来型の携帯電話またはスマートフォン所有者

*1:NTT docomo、au、SoftBank

年代が若いほど3キャリア以外を利用するユーザーが多く、18-24歳の若年層では28%が利用している

Q6. 主に使用している携帯電話会社は？（日本／年代別）



N=2017年:1,642、2018年:1,700

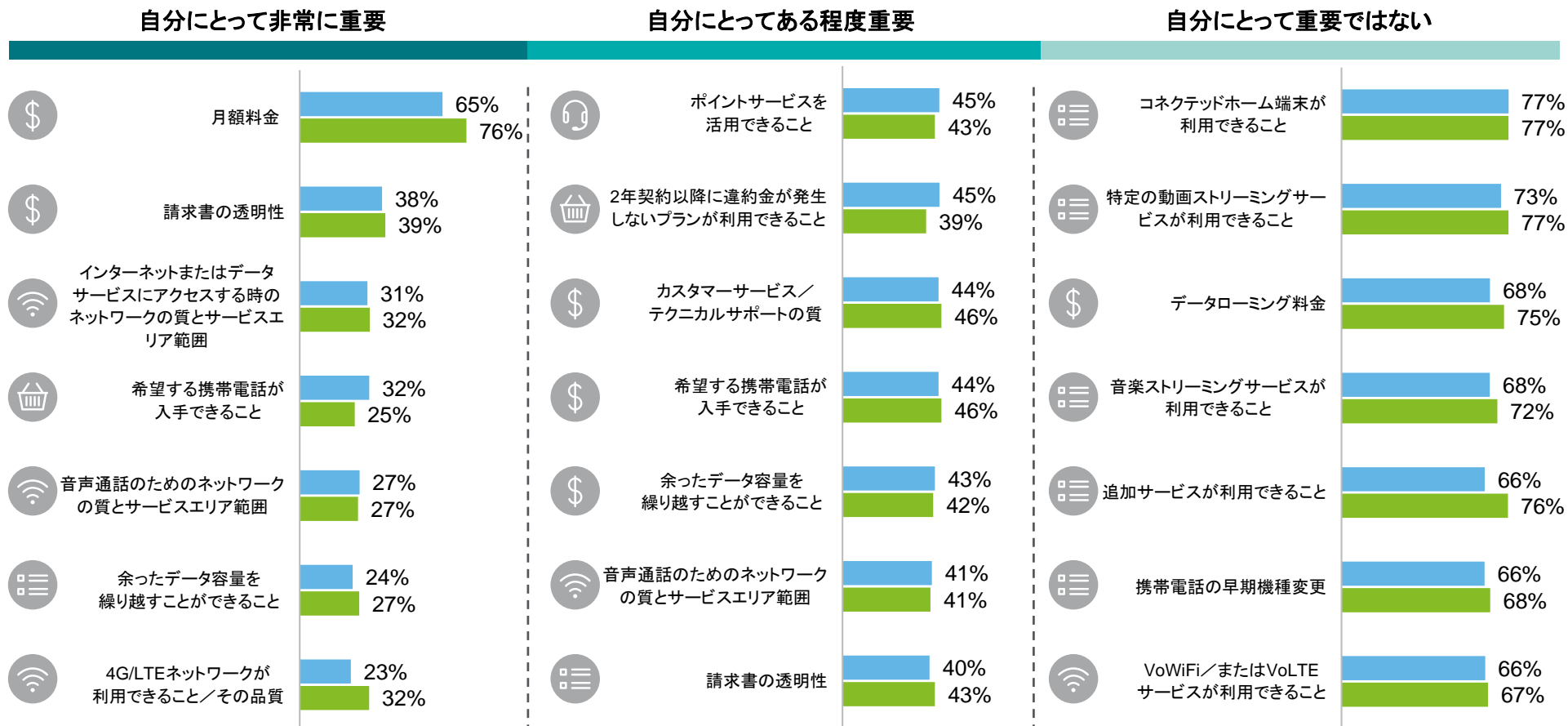
注:従来型の携帯電話またはスマートフォン所有者

*1:NTT docomo、au、SoftBank

MVNO等の契約者は3キャリア契約者より、料金やネットワークの品質をより重要視しており、追加サービス等の利用への関心は更に低い

Q7. 携帯電話会社が提供するサービスを重要度別に分類すると？（日本／キャリア種別） ※複数回答

携帯キャリアが提供するサービスで重要視するもの



N=3キャリア:1,299、その他のキャリア:393

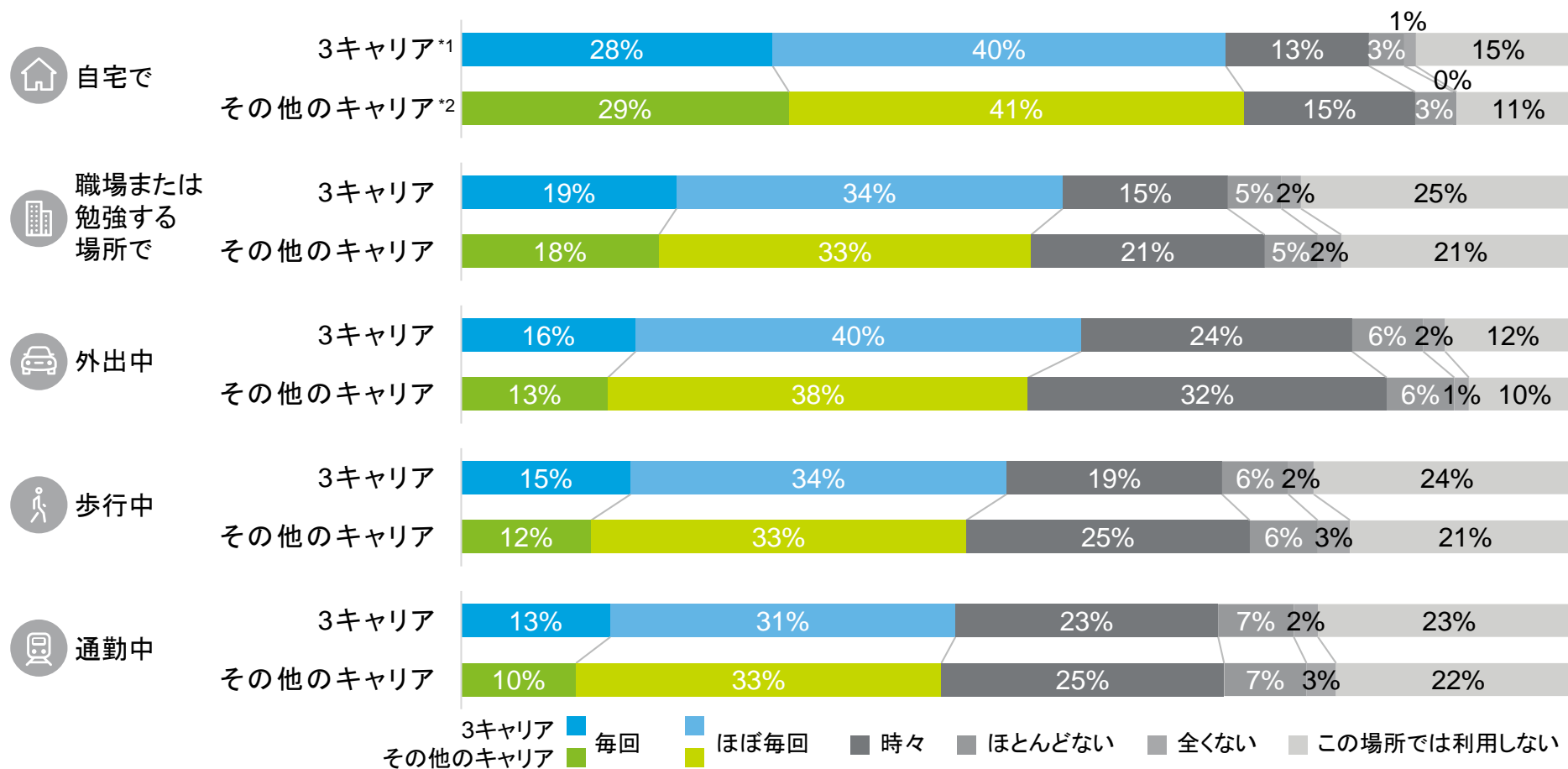
注:従来型の携帯電話またはスマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank *2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者

■ 3キャリア*1
■ その他のキャリア*2

接続状況の満足度は自宅ではMVNO等その他のキャリア契約者が勝るものの、それ以外の場所では3キャリアが勝る

Q8. 携帯電話のインターネット接続(3G、4G)は満足いくものか？(日本／キャリア種別)



N=3キャリア:978、その他のキャリア:380

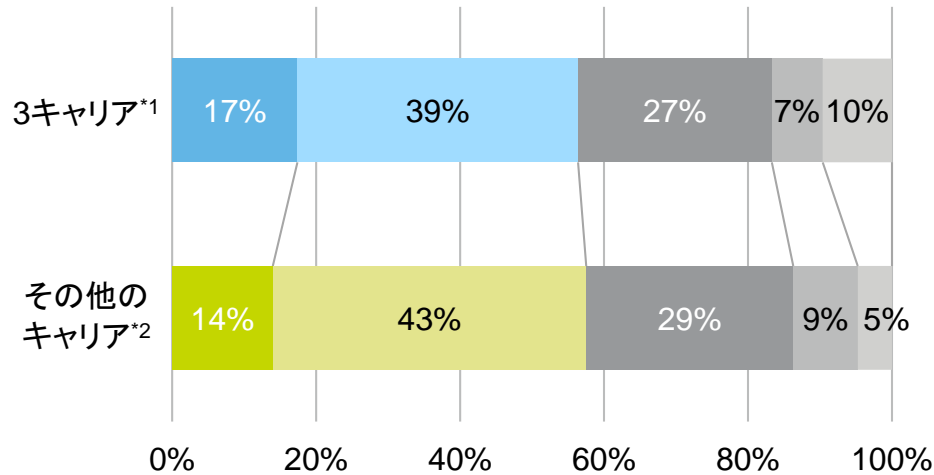
注:スマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank *2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者

5Gの導入に関しては半数以上が「重要」と感じている。月額追加料金の支払いはMVNO等の契約者は価格感度は高いが3キャリア契約者よりも積極的

Q9. 5Gの導入はどのくらい重要か？（日本／キャリア種別）

5Gの重要度



(上段)3キャリア (下段)その他のキャリア

■ 自分にとって非常に重要 ■ 自分にとってある程度重要

(共通)

■ 自分にとってあまり重要でない ■ 自分にとって全く重要でない
■ わからない

N=3キャリア:978、その他のキャリア:380

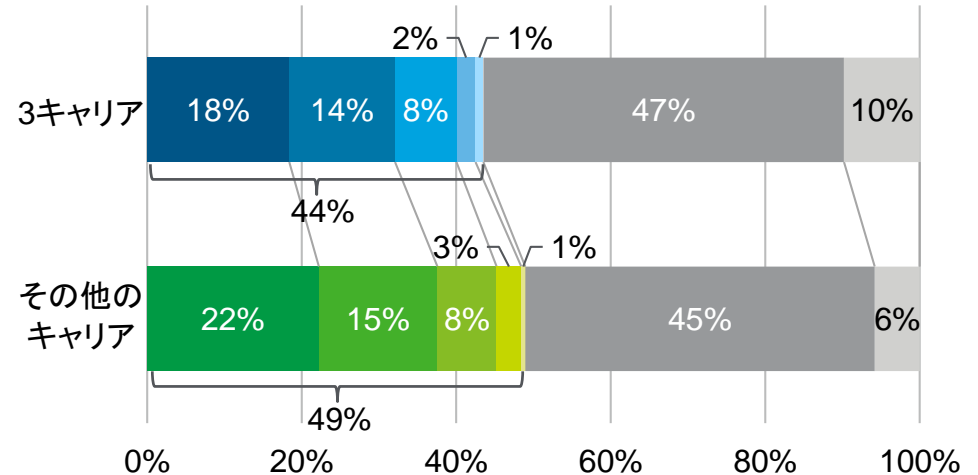
注:スマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank

*2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者

Q10. 5Gを利用するため、月額どのくらいの追加料金を支払ってもよいか？（日本／キャリア種別）

5G導入のため支払いたい金額



(上段)3キャリア (下段)その他のキャリア

■ 300円未満 ■ 300円以上700円未満 ■ 700円以上1000円未満

■ 1000円以上2000円未満 ■ 2000円以上

(共通)

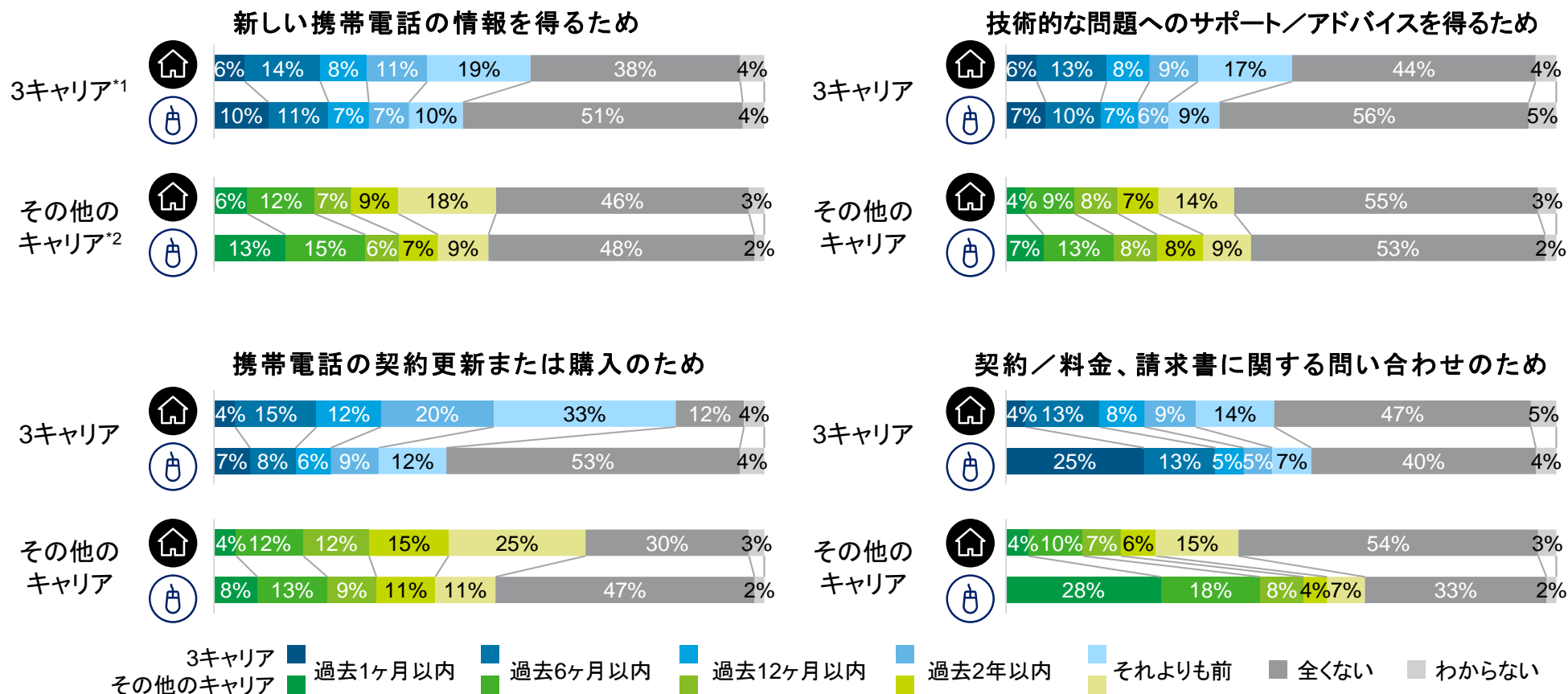
■ 月額料金に追加して支払いたくない ■ わからない

N=3キャリア:978、その他のキャリア:380

注:スマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

3キャリア契約者は店舗訪問を好むが、契約／料金／請求書にはウェブを活用。 それ以外の契約者は契約更新・購入以外の用途ではウェブを活用している

Q11. 携帯電話会社の店舗を訪れた時期は？また携帯電話会社のウェブサイトへアクセスした時期は？（日本／キャリア種別）



N=3キャリア:1,299、その他のキャリア:393

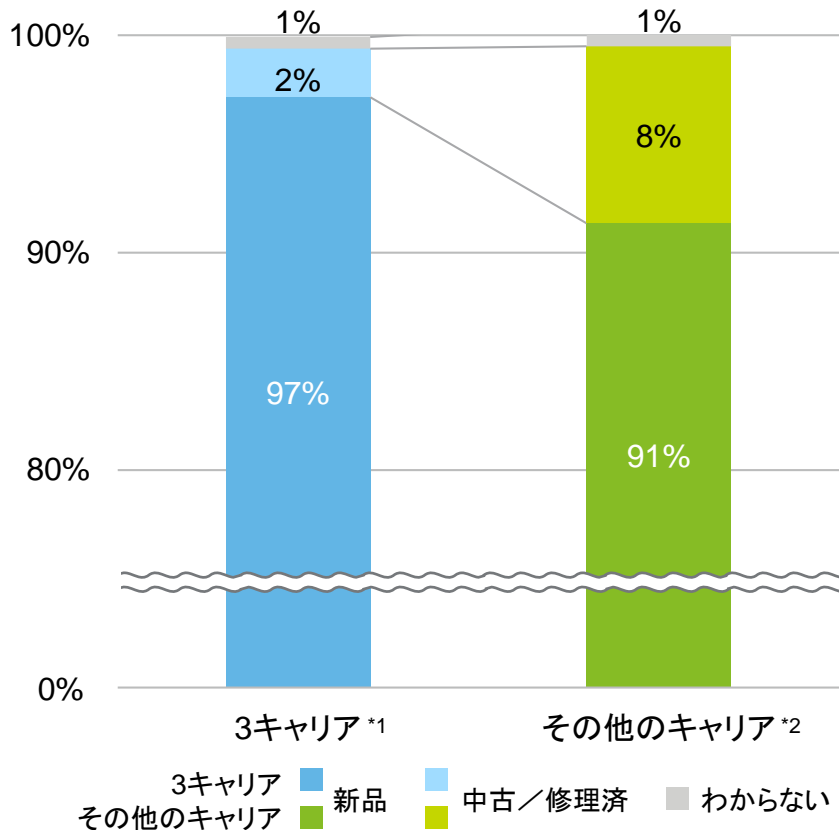
注：従来型の携帯電話またはスマートフォン所有者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank *2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者



その他キャリアは3キャリアと比較すると、中古でのスマートフォン購入率が高い。 またオンラインでの購入率も高い

Q12. 現在使用しているスマートフォンの入手は新品か中古か？
(日本／キャリア種別)



N=3キャリア:978、その他のキャリア:380

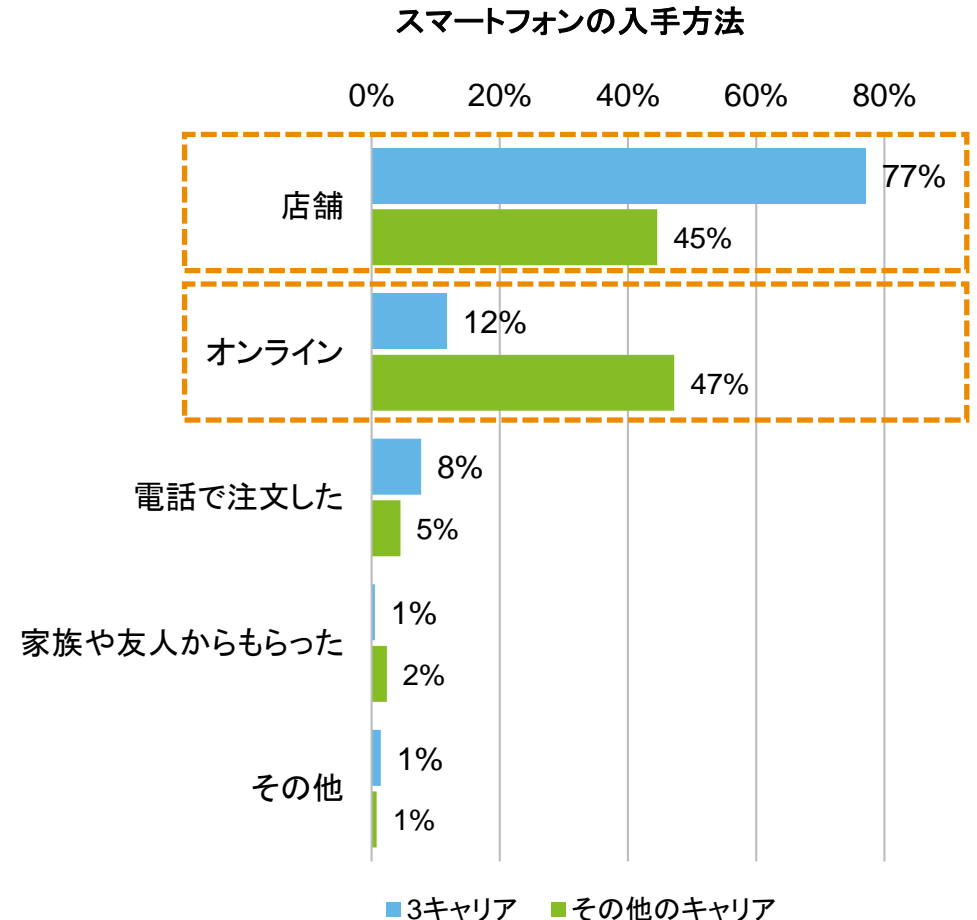
注:スマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。

契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank

*2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者

Q13. 現在使用しているスマートフォンの入手方法は？
(日本／キャリア種別)



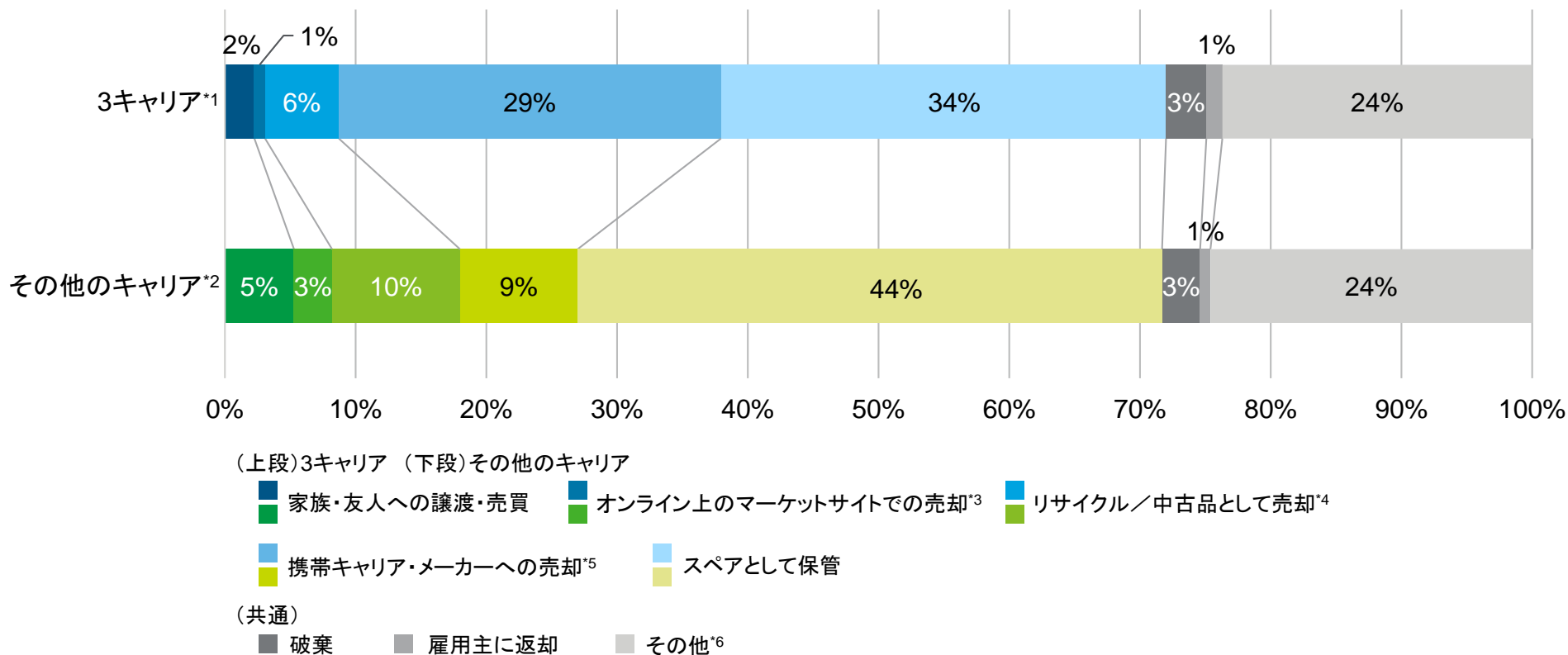
N=3キャリア:971、その他のキャリア:377

注:店舗、オンラインでスマートフォンを新品もしくは中古で購入した者。

契約キャリア不明と回答した者は除く。

その他のキャリア契約者は3キャリア契約者よりも「キャリア・メーカー」への売却が少ない一方で「スペアとして保管」は多い

Q14. 前回の機種変更時、それまで使用していたスマートフォンの処分方法は？（日本／キャリア種別）



N=3キャリア:978、その他のキャリア:380

注:スマートフォン所有者でそれぞれのキャリア契約者。契約キャリア不明と回答した者は除く。

*1:NTT docomo、au、SoftBank *2:NTT docomo、au、SoftBank以外のMNO事業者、MVNO事業者

*3:ヤフオク、メルカリ、Amazon等で売却した場合 *4:中古品店や専門の電話リサイクル等への売却、無料でリサイクルした場合
















*5:携帯電話会社またはメーカーの下取りプログラムで売却した場合 *6:その他、盗難、紛失、覚えていない、それ以前は携帯電話を持っていなかった等

携帯電話で何をするか

34歳までの年代ではソーシャルネットワークアプリの使用が最も多く、特に24歳までの若年層では写真／動画、音楽ストリーミングアプリが日常的に使用されている

Q15. 1日に少なくとも1回使用するアプリは？（日本／年代別） ※複数回答

高 ← → 低

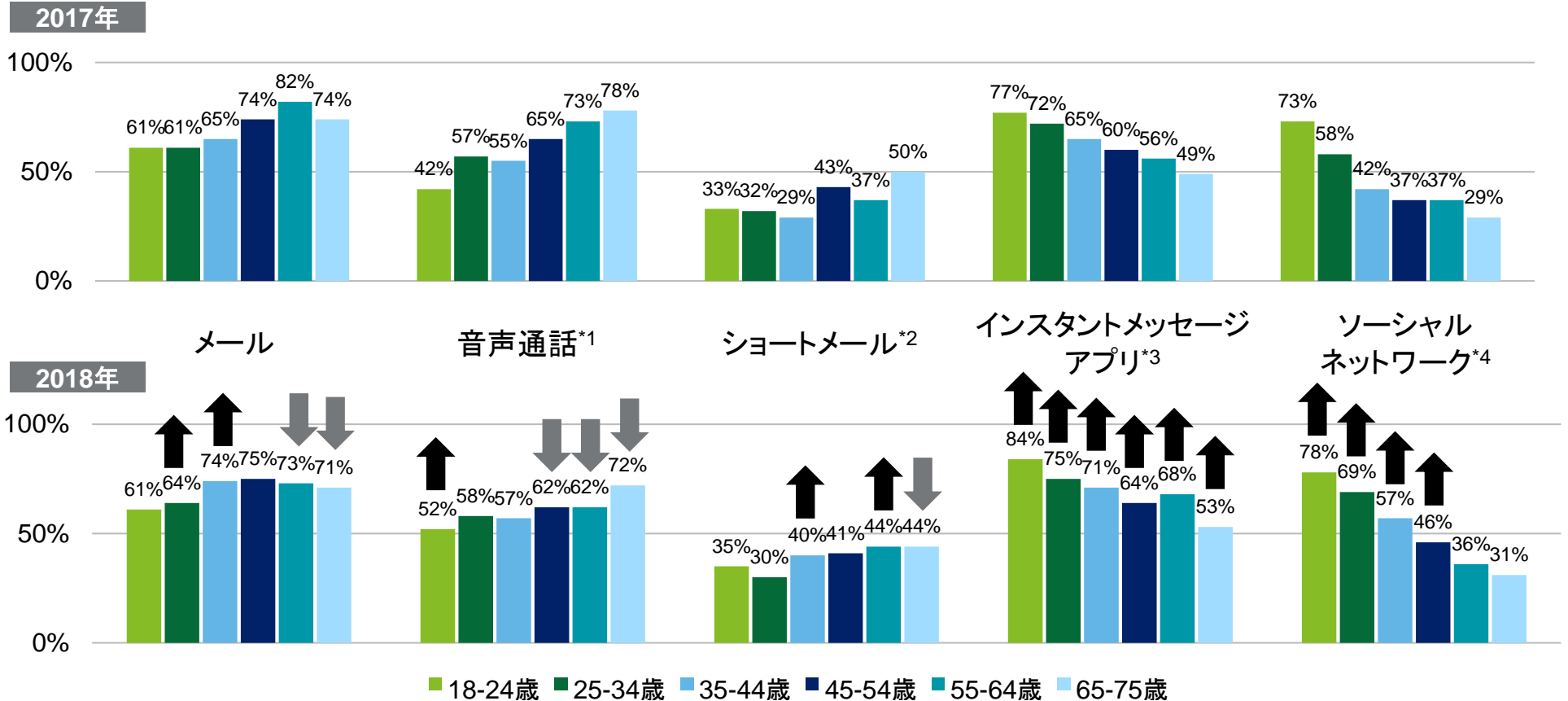

	18-24歳	25-34歳	35-44歳	45-54歳	55-64歳	65-75歳
 天気アプリ	27%	32%	38%	32%	42%	44%
 ソーシャルネットワーク	43%	44%	32%	26%	18%	12%
 ブラウザアプリ	35%	39%	31%	26%	20%	12%
 ニュースまとめ読み	18%	21%	25%	26%	31%	27%
 新聞／ニュース番組	10%	12%	14%	15%	23%	25%
 小売／ショッピング	15%	14%	16%	18%	13%	8%
 銀行やクレジットカード会社の提供アプリ	16%	8%	10%	11%	12%	10%
 ナビゲーションアプリ	13%	9%	8%	12%	13%	10%
 写真／動画アプリ	17%	8%	10%	7%	4%	7%
 家計簿アプリ	16%	11%	8%	4%	5%	5%
 音楽のストリーミング	17%	11%	7%	6%	5%	2%
 動画のストリーミング	15%	11%	9%	8%	3%	1%
 趣味／ホビーアプリ	12%	9%	7%	7%	5%	4%
 グルメ、レシピアプリ	4%	10%	7%	5%	9%	7%
 フィットネス／健康・医療	6%	5%	5%	6%	4%	2%

N=1,363

注：スマートフォン所有者

従来からの手段であるメール、音声通話の利用が総じて減り、ソーシャルネットワークの利用が54歳までの世代で伸びている

Q16. スマートフォンで週1回以上利用しているコミュニケーションの手段は？（日本／年代別） ※複数回答



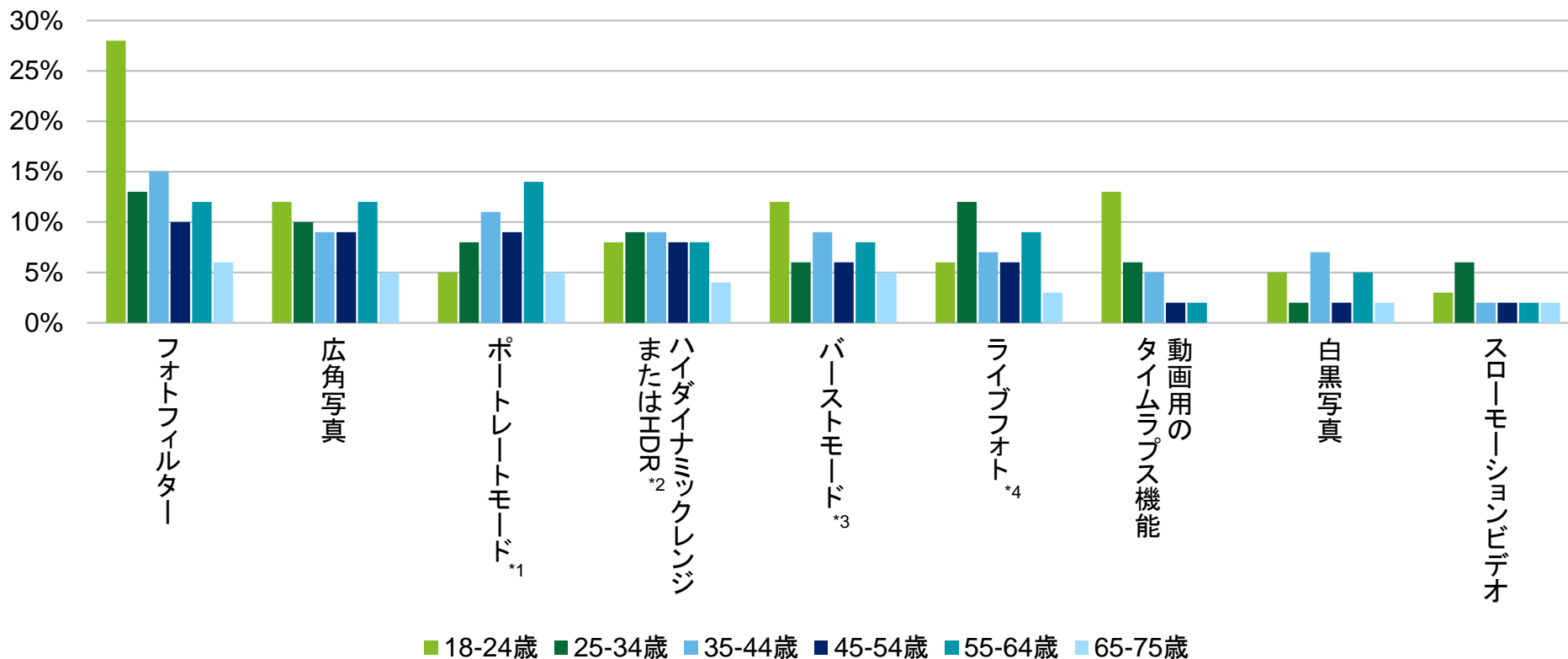
N=2017:1,194、2018:1,139

注:スマートフォン所有者

*1:通常の通話の受発信 *2:SMS、iMessage *3:例:LINE、Facebook Messenger、Viber *4:例:Twitter、Facebook

24歳までの若年層では、スマートフォンで写真、動画を撮影する際にフォトフィルターやタイムラプス機能を使用する割合が高く、SNSへの投稿に合わせた工夫が伺える

Q17. スマートフォンで写真や動画を撮る際に使用する機能は？（日本） ※複数回答



N=712

注: 週1回以上、所有するスマートフォンで写真や動画を撮る者

*1: 背景をぼかして被写体を際立たせて撮影するモード

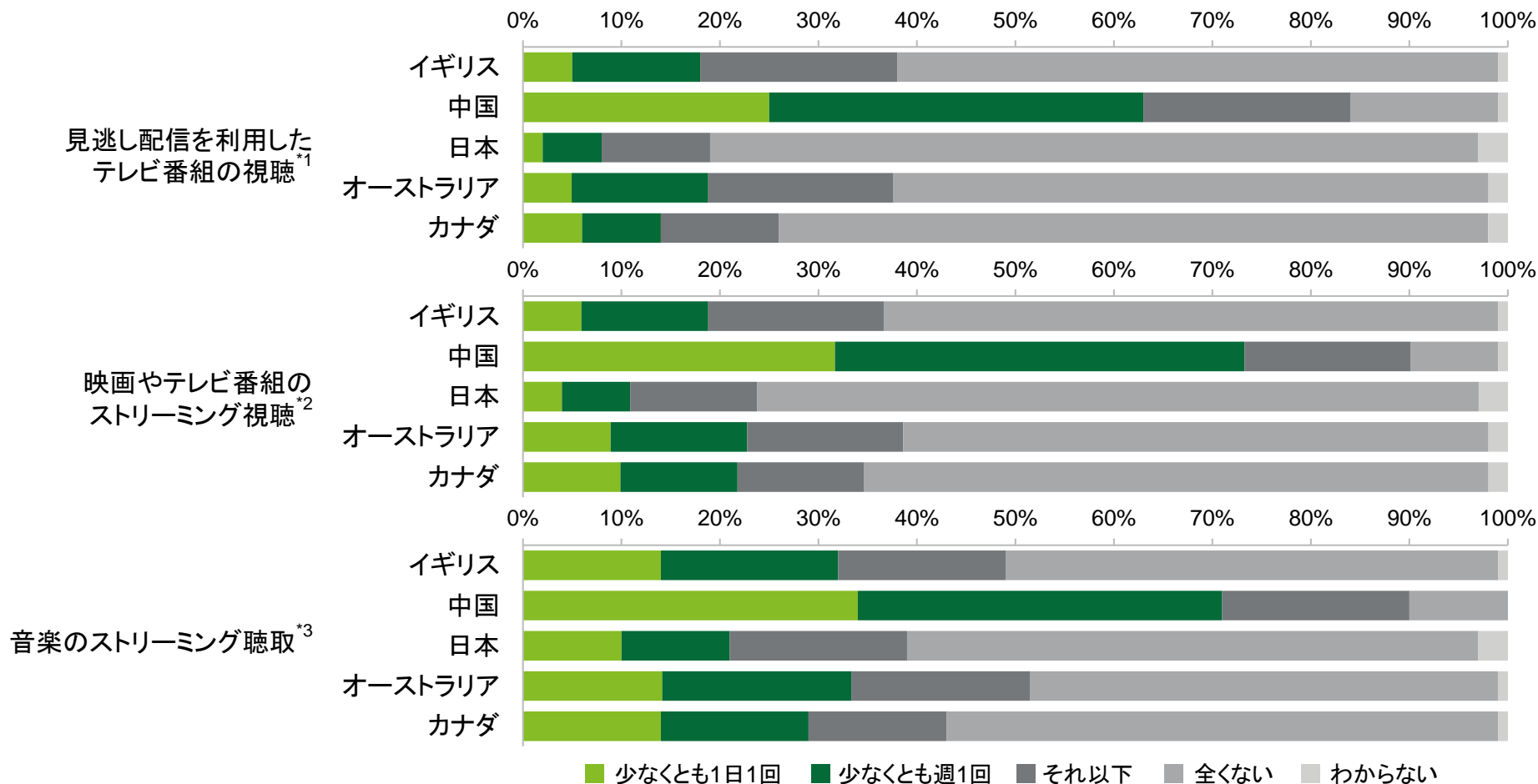
*2: 複数のショットを1枚の画像に合成する

*3: 一連の写真を連続して撮影する

*4: 撮影前後数秒間の動きとサウンドを取り込む

他国では動画、音楽配信サービスを週1回以上視聴する割合が約2割に達し、日本より多い。特に中国は6割を超えておりコンテンツ消費が活発である

Q18. スマートフォンでの動画、音楽配信サービスを利用する頻度は？（各国）



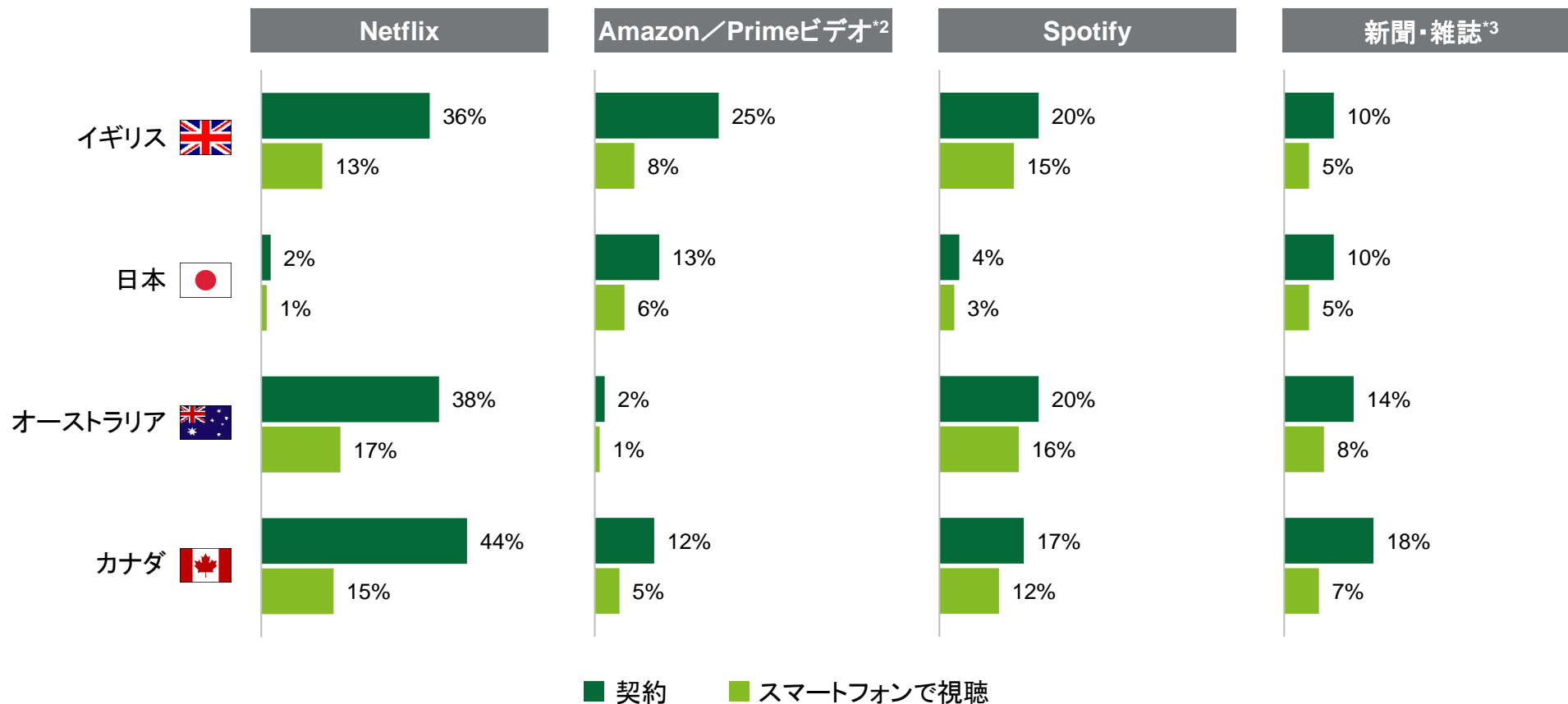
N=イギリス:3,496、中国:1,912、日本:1,363、オーストラリア:1,775、カナダ:1,562

注:スマートフォン所有者

*1:例:NHKオンデマンド、Tver *2:例:Netflix、Hulu、Abema TV *3:例:Apple Music、Spotify、LINE MUSIC

日本では、サブスクリプションサービスの利用が他国より少ない。分析対象の他3ヶ国ではNetflixの利用が2割を超えており、スマートフォンからも視聴・閲読されている

Q19. 契約している定期購読サービス*1は？そのうち、スマートフォンで視聴・閲読するものは？（各国） ※複数回答



N=イギリス:4,000、日本:2,000、オーストラリア:2,000、カナダ:2,000

注: 中国は該当サービスの視聴ができないため、4ヶ国比較としている

*1: 家族等が契約し、視聴できるものを含む

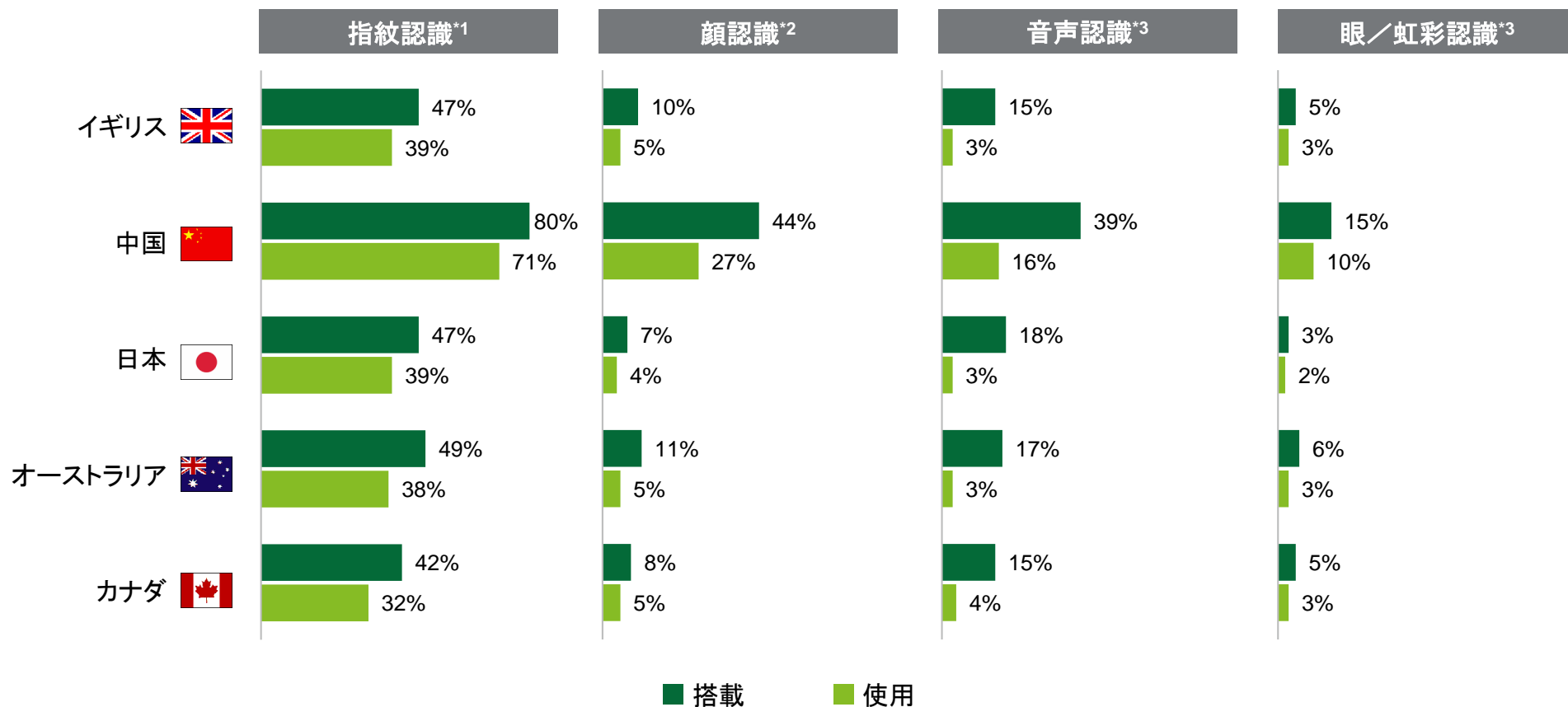
*3: 日経電子版、The Guardian等有料で購読しているもの

*2: Amazonプライム会員特典に含まれる動画配信サービス

テクノロジー

中国では生体認証のなかで指紋認識が7割、顔認識が3割近くまで浸透している一方、日本を含むそれ以外の国では指紋3割程度、顔が5%程度と同じ傾向にある

Q20. 使用するスマートフォンに搭載された認証システムは？また、本人認証のために使用したことのある機能は？（各国）※複数回答



N=イギリス:3,496、中国:1,912、日本:1,363、オーストラリア:1,775、カナダ:1,562

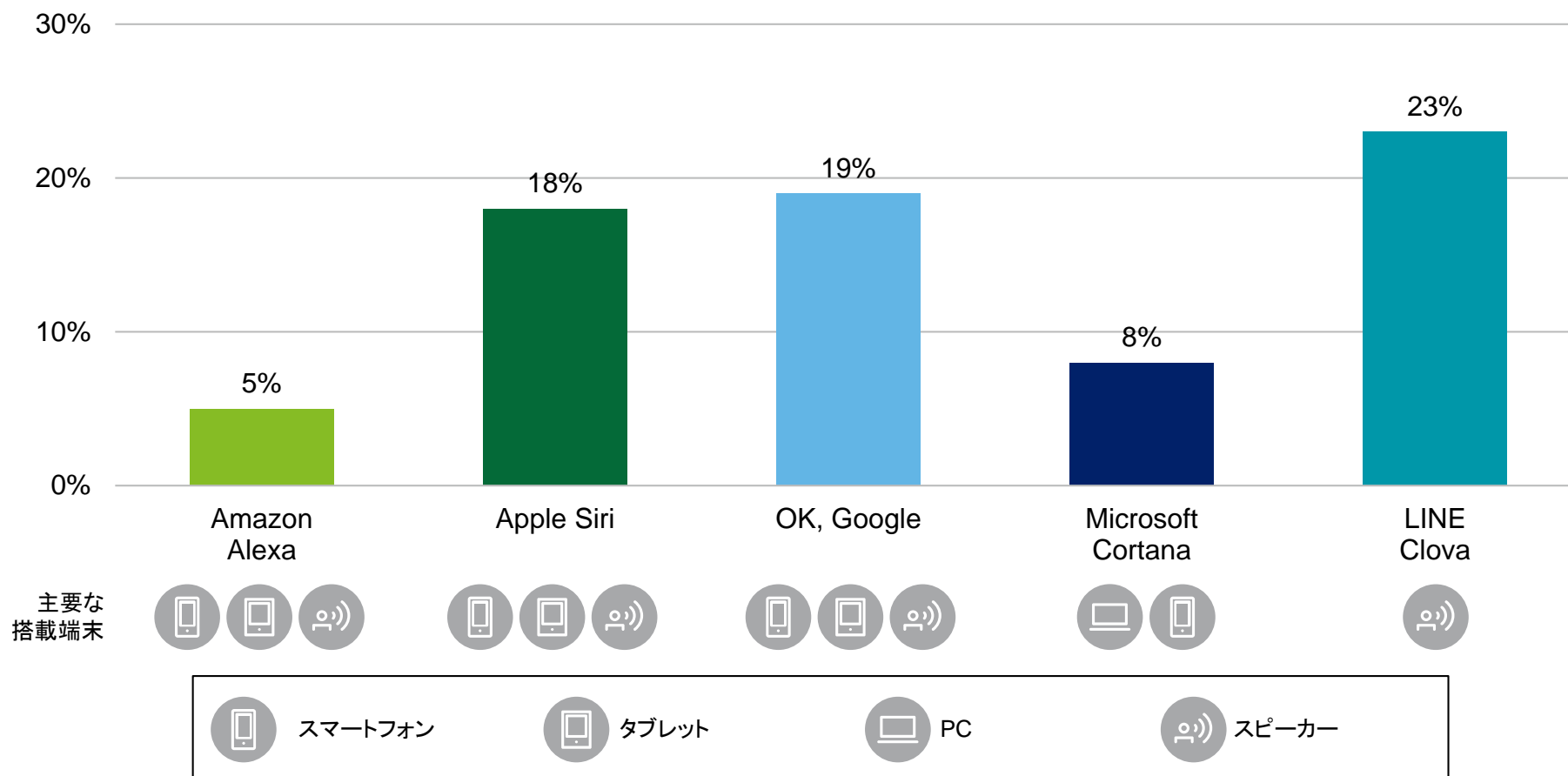
注:スマートフォン所有者

*1:携帯電話の指紋認証システムを使用 *2:携帯電話のカメラを使用 *3:携帯電話のマイクを使用

日本での音声アシスタントはApple、Google、LINEが3強として並び利用され、スマートスピーカーを中心に展開中のLINE Clovaが健闘している

Q21. 使用している音声アシスタントは？（日本） ※複数回答

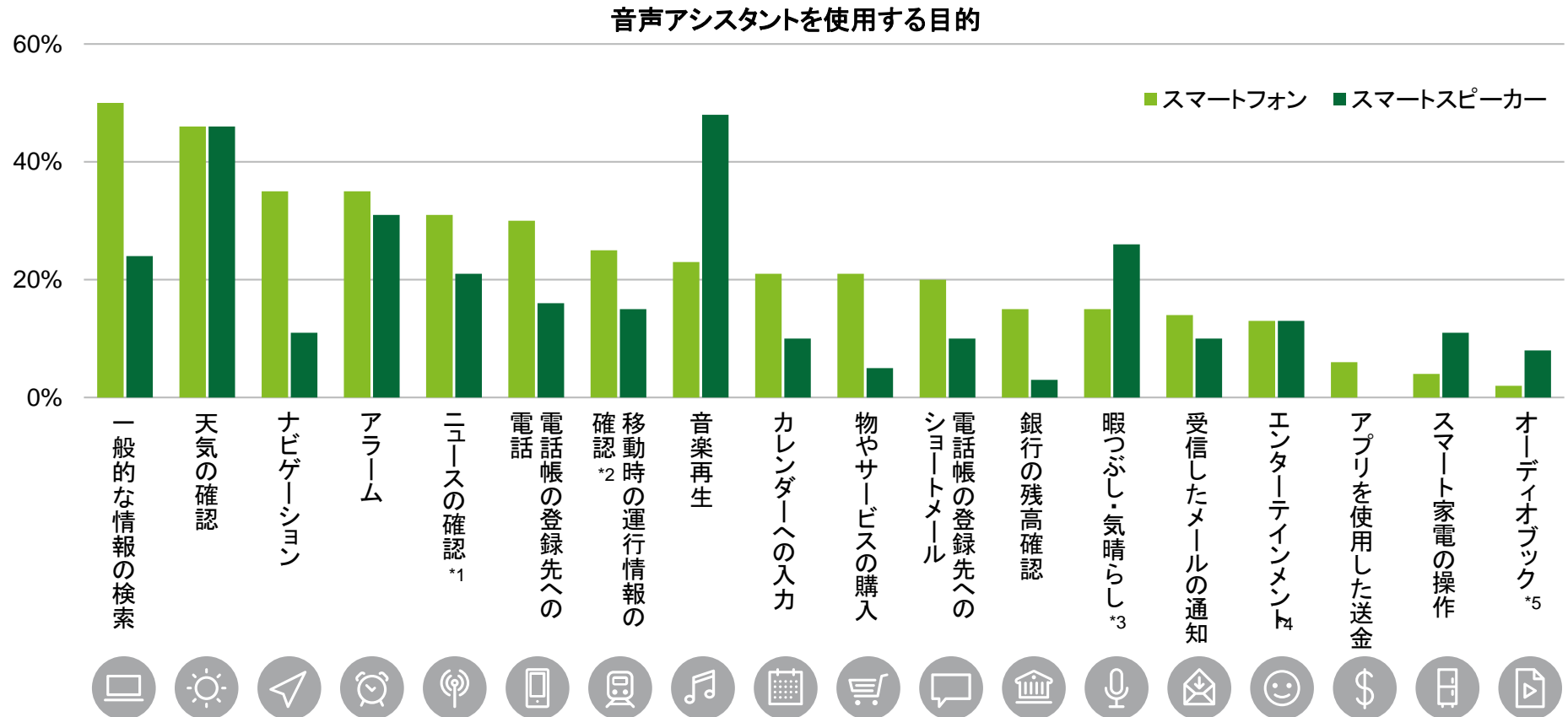
使用している音声アシスタントの種類



N=2,000、LINE ClovaのみN=69 (スピーカーを所有する回答者)

音声アシスタントはスマートフォンでは「情報検索」や「ナビゲーション」などが、スマートスピーカーでは「音楽再生」や「娯楽」等に使用される傾向がある

Q22. 音声アシスタントを使用する用途は？（日本） ※複数回答



N=スマートフォン:448、音声スピーカー:39

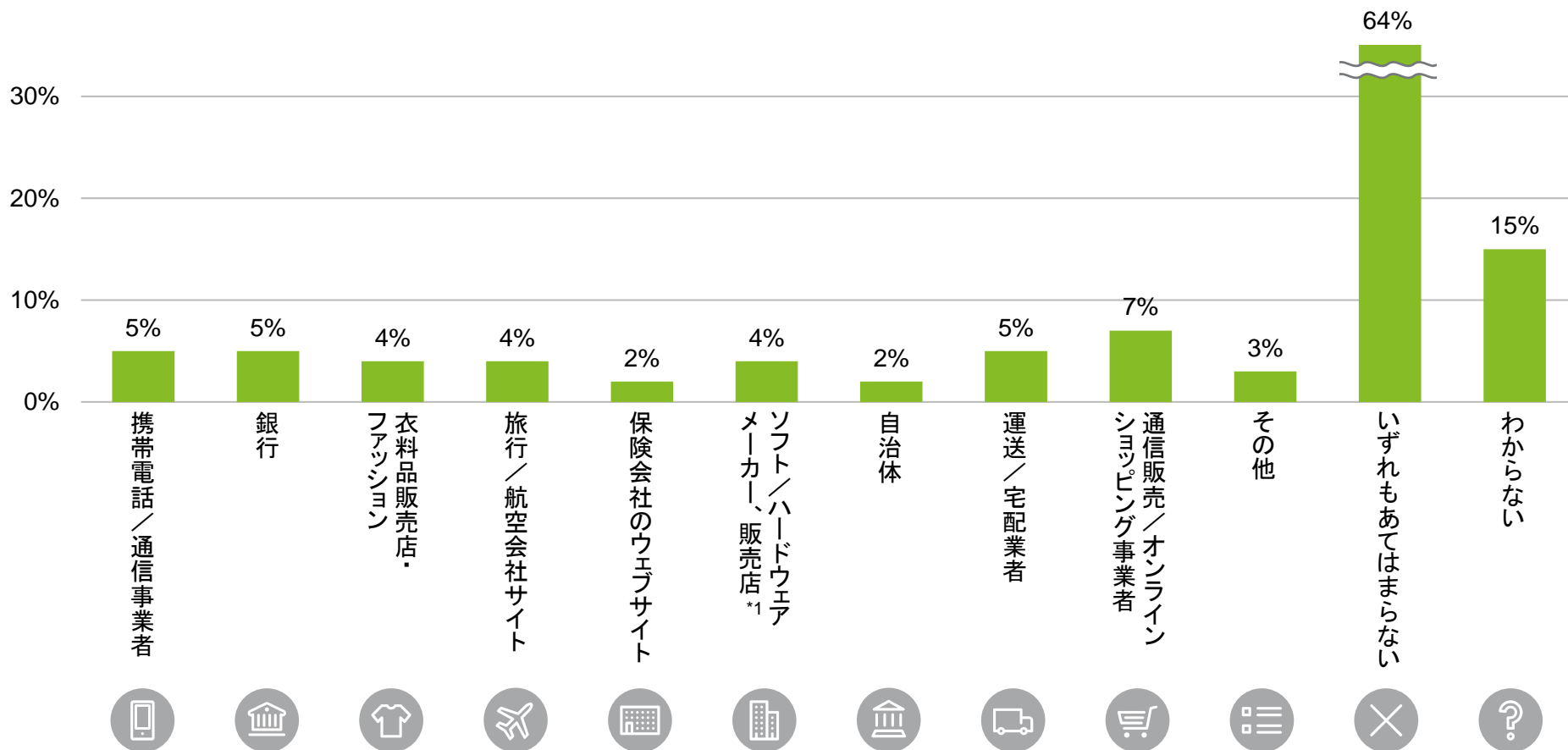
注: 音声アシスタント使用者

*1: 例: スポーツ情報も含む *2: 例: 鉄道情報、フライト情報、遅延状況 *3: 例: 面白い質問をしたり、アプリに何か面白いことを言わせる

*4: 例: ゲーム、トリビア *5: 本を朗読した音声コンテンツを聞く

問合せや情報入手を目的としたチャットボットの利用は広く浸透していないが、様々な業種での導入が進んでいる

Q23. チャットボットを利用したことがあるビジネスの種類は？（日本） ※複数回答



N=1,363

注:スマートフォン所有者

*1:ソフト、ハードに関連するテクニカルサポートも含む

デロイト トーマツ グループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームであるデロイト トーマツ 合同会社およびそのグループ法人(有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション 合同会社を含む)の総称です。デロイト トーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約40都市に約11,000名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト(www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte(デロイト)は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクアドバイザー、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスをFortune Global 500® の8割の企業に提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約245,000名の専門家については、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[Twitter](#)もご覧ください。

Deloitte(デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTLおよび各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。Deloitteのメンバーファームによるグローバルネットワークの詳細はwww.deloitte.com/jp/aboutをご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異にする可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。



IS 669126 / ISO 27001